O DIREITO DO CONSUMIDOR COMO GARANTIA DO MÍNIMO EXISTENCIAL NA CONCEPÇÃO DA JUSTIÇA DISTRIBUTIVA

THE CONSUMER LAW AS GUARANTEED MINIMUM OF DESIGN OF JUSTICE IN EXISTENTIAL DISTRIBUTIVE

Daniela Ferreira Dias Batista¹

RESUMO

Este artigo tem como objetivo analisar o direito fundamental do consumidor como garantia do mínimo existencial, dentro da concepção da justiça distributiva, discutindo alguns dos graves problemas sociais causados pelo consumo desequilibrado. A importância do tema é evidenciada no dia-a-dia da atual sociedade capitalista e consumista em que vivemos, na qual o consumo de produtos e serviços se tornou sinônimo de bem-estar pessoal e social. As políticas públicas de diminuição de juros e de facilitação do crédito para aquecer a economia do país, demonstram a preocupação do Poder Público em transformar o consumo em processo de civilização ou cidadania. O Código de Defesa do Consumidor (CDC), regulamentando as relações jurídicas de consumo, visa garantir a existência digna do ser humano com a distribuição igualitária dos bens de consumo, principalmente aqueles considerados essenciais, evitando graves problemas sociais como o superendividamento das famílias brasileiras, o que, conseqüentemente, pode levar à exclusão e à marginalização social. O devido reconhecimento do direito do consumidor como garantia do mínimo existencial do ser humano e a efetivação das normas de consumo poderiam trazer a realidade social e econômica da sociedade mais próxima da concepção de justiça distributiva.

Palavras-chave: Direito do consumidor; Direito fundamental; Mínimo existencial; Justiça distributiva.

ABSTRACT

This article aims to analyze the fundamental right of the consumer as a guarantee of existential minimum, within the concept of distributive justice, discussing some of the serious social problems caused by unbalanced consumption. The importance of this issue is the day-to-day current capitalist and consumerist society we live in, in which the consumption of products and services has become synonymous with personal wellbeing and social. The public policy of reducing interest and facilitating credit to boost the economy of the country, demonstrating the concern of the government to transform the consumer in the process of civilization or citizenship. The Consumer Defense Code (CDC), regulating the legal relations of consumption, is to ensure the existence worthy of human beings with equal distribution of consumer goods, especially those considered essential to avoid serious social problems such as over-indebtedness of Brazilian families, which, in turn, can lead to social exclusion and marginalization. Due recognition of consumer rights as guaranteed minimum existential human standards and effective consumer could bring social and economic reality of society closer to the concept of distributive justice.

Keywords: Law of the consumer; Fundamental law; Minimum existential; Distributive justice.

¹ Aluna do Programa de Mestrado em Direito do Centro Universitário Eurípides de Marília – UNIVEM. Professora das disciplinas de Direito do Consumidor, Direito Ambiental e Agrário e Introdução ao Direito Público e Privado na Fundação Educacional Miguel Mofarrej – FIO (Faculdades Integradas de Ourinhos). Membro do Grupo de Pesquisa “A intervenção do Poder Público na vida do indivíduo”. Realiza pesquisa na área de Direito do Consumidor. Advogada, especialista pela UEL – Universidade Estadual de Londrina/PR.

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo foi elaborado com o objetivo de favorecer reflexões sobre a necessidade de reconhecimento do direito do consumidor como direito humano fundamental, bem como sua efetividade para a conscientização da sociedade para o consumo equilibrado e consciente, de pretender trazer conhecimentos sobre o direito ao consumo básico como garantia do mínimo existencial do ser humano e a questão da justiça distributiva, destacando alguns problemas sociais causados pelo consumo desacerbado.

Nos dias atuais são evidentes os efeitos que o consumo de produtos e serviços provoca no indivíduo e no meio social em que este convive. A sociedade, de forma geral, rotula as pessoas de acordo com os bens que consomem, incluindo-as ou excluindo-as de sua convivência, e, muitas vezes, esse “rótulo” não condiz com a verdadeira realidade econômica e social do indivíduo.

Na sociedade capitalista em que vivemos, o consumo se tornou uma “máxima” de existência digna do ser humano, e o pior é que não estamos falando de produtos ou serviços essenciais, como alimentos, água e energia elétrica. O que realmente preocupa é o consumo de itens desnecessários e supérfluos, que se tornaram ilusoriamente essenciais para se atingir a um determinado status social ou até uma condição de incluído, de aceito socialmente. Ou seja, certo ou errado, temos que lidar com a atual realidade, em que o consumo é visto pela sociedade como um adjetivo líquido e certo de riqueza, de inteligência, de beleza, de força, de popularidade ou de todos os seus antônimos.

Segundo o sociólogo Zygmunt Bauman,

A sociedade de consumidores é um tipo de sociedade que “interpela” seus membros (ou seja, dirige-se a eles, os saúda, apela a eles, questiona-os, mas também os interrompe e “irrompe sobre” eles) basicamente na condição de consumidores. Ao fazê-lo, a “sociedade” espera ser ouvida, entendida e obedecida. Ela avalia – recompensa e penaliza – seus membros segundo a prontidão e adequação da resposta deles à interpelação. Como resultado, os lugares obtidos ou alocados no eixo da excelência/inépcia do desempenho consumista se transformam no principal fator de estratificação e no maior critério de inclusão e exclusão, assim como orientam a distribuição do apreço e do estigma sociais, e também de fatias da atenção do público. (BAUMAN, 2088, p. 70-71).

Sendo assim, na sociedade consumista é pública e notória a inversão de valores, na qual é o produto ou o serviço que dita a existência social de uma pessoa; é o celular mais moderno, a roupa da moda ou de grife, o último modelo de carro, que vai determinar a inclusão do indivíduo na sociedade. Dessa forma, sua existência social e por consequência

digna, acaba sendo atrelada aos seus bens de consumo e não ao seu valor moral ou ao seu valor como pessoa e como cidadão.

A realidade da exclusão ou inclusão social causada pelo consumismo fica muito bem ilustrada na frase da artista norte-americana, Barbara Krugman, citada em um comentário de economia do sociólogo Joelmir José Beting, que, ao resumir o estado de espírito presente nos tempos atuais, arrisca-se a transformar a famosa máxima da filosofia ocidental "Penso, logo existo", em "Consumo, logo existo". (BETING, 2012, *online*).

A sociedade capitalista industrial criou o mito do consumo como sinônimo de bem-estar e meta prioritária do processo civilizatório. A capacidade aquisitiva vai, gradualmente, se transformando em medida para valorizar os indivíduos e fonte de prestígio social. A ânsia de adquirir e acumular bens deixa de ser um meio para a realização da vida, tornando-se um fim em si mesmo, o símbolo da felicidade capitalista. (Disponível em: <http://gritodeumabocaemsilencio.blogspot.com.br/2010/06/consumismo-problemas-sociais-e.html>. Acesso em: 25 jul. 2012).

Com o Código de Defesa do Consumidor (CDC), Lei Federal 8.078, de 11 de setembro de 1990, surgiu no Brasil uma regulamentação expressa e específica da proteção e defesa do consumidor, que busca primordialmente atingir o equilíbrio nas relações de consumo. As normas consumeristas trazidas nesse estatuto legal são de ordem pública e interesse social, caracterizando os direitos do consumidor como indisponíveis e fazendo com que todo ato ou negócio jurídico contrário às previsões do código, seja considerado nulo de pleno direito, ou seja, sem validade ou efeito no mundo jurídico.

O consumo de produtos e serviços está diretamente relacionado à dignidade da pessoa e à sua sobrevivência digna, principalmente em relação aos produtos e serviços essenciais, como os alimentos, o tratamento de esgoto e o fornecimento de água e energia elétrica. Por isso, há a necessidade latente de efetivação das normas de consumo, buscando a conscientização da sociedade e o equilíbrio na relação jurídica de consumo.

2. A PROTEÇÃO CONSTITUCIONAL DO CONSUMIDOR

O direito consumerista emanou da previsão expressa na Constituição Federal Brasileira por representar grande influência social, visto que o consumo de produtos e serviços pode determinar, mesmo que erroneamente, a existência digna de uma pessoa em sociedade.

Até o advento da Constituição Federal Brasileira de 1988, os direitos do consumidor não contavam com uma tutela constitucional específica. O regime anterior não destinara especificamente qualquer dispositivo à defesa do consumidor, a qual só recebeu consagração constitucional com a atual Carta Magna.

A preocupação do constituinte com os direitos do consumidor foi deveras retumbante, o que se revelou pelo significativo destaque que a matéria mereceu, tendo sido, inclusive, situada entre os direitos e as garantias fundamentais indisponíveis, previstos expressamente no artigo 5º da Constituição Federal Brasileira. Isto é, a proteção do consumidor é elencada constitucionalmente junto com os direitos mais importantes tutelados na hierarquia constitucional, como por exemplo, o direito à propriedade e à igualdade entre homens e mulheres.

Artigo 5º. Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade nos seguintes termos:

(...)

XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor (...)

A Constituição Federal prevê a defesa do consumidor como garantia e direito fundamental, conseqüentemente, os direitos previstos no Código de Defesa do Consumidor, ganham status de direitos fundamentais, protegidos rigorosamente pela Carta Magna brasileira.

O Poder Constituinte mencionou, ainda, de forma expressa a defesa dos direitos do consumidor em outros vários dispositivos da Constituição Federal:

Artigo 24. Compete à União, aos Estados e ao Distrito Federal legislar concorrentemente sobre:

(...)

VIII - responsabilidade por dano ao meio ambiente, ao consumidor, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico.

Artigo 150. § 5º. A lei determinará medidas para que os consumidores sejam esclarecidos acerca dos impostos que incidam sobre mercadorias e serviços.

Artigo 175. Incumbe ao Poder Público, na forma da lei, diretamente ou sob regime de concessão ou permissão, sempre através de licitação, a prestação de serviços públicos.

Parágrafo único. A lei disporá sobre:

(...)

II - os direitos dos usuários;

(...)

IV - a obrigação de manter serviço adequado.

Artigo 48. do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias: O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor.

Destacamos, na previsão constitucional, a defesa do consumidor como um dos princípios gerais da atividade econômica no Brasil, o que elevou a defesa do consumidor à condição de princípio constitucional.

Artigo 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da Justiça Social, observados os seguintes princípios:
V - defesa do consumidor. (Constituição Federal Brasileira de 1988).

Comparato (1988, p. 80) entende que não há por que distinguir a defesa do consumidor, em termos de nível hierárquico, dos demais princípios econômicos declarados no artigo 170 da Constituição Federal. Quer isto dizer que o legislador, por exemplo, não poderá sacrificar o interesse do consumidor em defesa do meio ambiente, da propriedade privada, ou da busca do pleno emprego, nem inversamente, preterir estes últimos valores ou interesses em prol da defesa do consumidor.

Tendo em vista que a Constituição Federal Brasileira é a lei maior, mais importante do sistema legal brasileiro, base e fonte para todas as demais leis, a previsão nesta, da proteção do consumidor deixa evidente a importância do tema e a preocupação do legislador em amparar de forma específica a relação jurídica de consumo, justamente porque esta gera cada dia mais, efeitos diretos na existência digna do cidadão em sociedade.

3. CONCEITOS DE CONSUMIDOR E DE FORNECEDOR

Para que tenhamos um entendimento consistente do tema aqui proposto e para compreendermos a real importância do direito do consumidor, necessário será tecermos alguns comentários quanto aos protagonistas da relação jurídica de consumo, conceituando o consumidor e o fornecedor, sem os quais não teremos a aplicabilidade das leis consumeristas e, conseqüentemente, não poderíamos assegurar o direito ao consumo dos bens e serviços essenciais a existência digna do ser humano.

A relação de consumo é definida legalmente com bastante precisão, como aquela que se forma entre, pelo menos, um fornecedor e um consumidor, tendo como objeto a aquisição

de produtos ou utilização de serviços disponibilizados no mercado de consumo, devendo ser o consumidor destinatário final destes.

Conforme previsão expressa do artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor, consumidor é “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.”

É exatamente essa expressão “destinatário final” usada pelo legislador que nos remete às teorias que definem o consumidor a ser protegido pela lei consumerista.

A primeira teoria é a chamada **finalista** ou **subjativa** que, em suma, define o destinatário final como destinatário *fático e econômico* do produto ou serviço. Ou seja, o consumidor, nesse caso, é aquele que adquire o produto ou utiliza o serviço para satisfazer uma necessidade pessoal ou familiar, retirando-o definitivamente da cadeia de produção e distribuição de riquezas. Para essa teoria, o consumidor que adquire um produto para uso profissional, com intuito de angariar lucros, mesmo que indiretamente, não terá a proteção do CDC.

Destinatário final seria aquele destinatário fático e econômico do bem ou serviço, seja ele pessoa jurídica ou física. Logo, segundo esta interpretação teleológica, não basta ser destinatário fático do produto, retirá-lo da cadeia de produção, levá-lo para o escritório ou residência – é necessário ser destinatário final econômico do bem, não adquiri-lo para revenda, não adquiri-lo para uso profissional, pois o bem seria novamente um instrumento de produção, cujo preço será incluído no preço final do profissional que o adquiriu. (BENJAMIN, 2010, p. 85).

Já a segunda corrente, chamada **maximalista ou objetiva**, defende que o destinatário final é aquele que retira o produto ou serviço do mercado e o utiliza, o consome, não importando se existe ou não a intenção de obter lucro; seria, por exemplo, o caso de uma escola que adquire aparelhos de ar-condicionado para suas salas de aula.

Sendo assim, para os “maximalistas”, será considerado consumidor a pessoa física ou jurídica, profissional ou não, independentemente do fim buscado por ele (o consumidor) ao adquirir o bem ou utilizar o serviço. O que importa na verdade é que não haja a comercialização direta do serviço ou a revenda do bem.

A definição do art. 2º deve ser interpretada o mais extensamente possível, segundo esta corrente, para que as normas do CDC possam ser aplicadas a um número cada vez maior de relações no mercado. (BENJAMIN, 2010, p. 85).

A jurisprudência, em especial do Superior Tribunal de Justiça, para tentar resolver o conflito hermenêutico da doutrina, se posicionou pelo finalismo, ou seja, aplica a teoria finalista ou subjetiva, porém com certos abrandamentos, quando verificada a vulnerabilidade da pessoa jurídica ou da pessoa física profissional que adquiriu o produto ou utilizou o serviço, sem revendê-lo.

Direito do Consumidor. Recurso especial. Conceito de consumidor. Critério subjetivo ou finalista. Mitigação. Pessoa Jurídica. Excepcionalidade. Vulnerabilidade. Constatação na hipótese dos autos. Prática abusiva. Oferta inadequada. Característica, quantidade e composição do produto. Equiparação (art. 29). Decadência. Inexistência. Relação jurídica sob a premissa de tratos sucessivos. Renovação do compromisso. Vício oculto. - A relação jurídica qualificada por ser "de consumo" não se caracteriza pela presença de pessoa física ou jurídica em seus pólos, mas pela presença de uma parte vulnerável de um lado (consumidor), e de um fornecedor, de outro. - Mesmo nas relações entre pessoas jurídicas, se da análise da hipótese concreta decorrer inegável vulnerabilidade entre a pessoa-jurídica consumidora e a fornecedora, deve-se aplicar o CDC na busca do equilíbrio entre as partes. **Ao consagrar o critério finalista para interpretação do conceito de consumidor, a jurisprudência deste STJ também reconhece a necessidade de, em situações específicas, abrandar o rigor do critério subjetivo do conceito de consumidor, para admitir a aplicabilidade do CDC nas relações entre fornecedores e consumidores-empresários em que fique evidenciada a relação de consumo.** CDC - São equiparáveis a consumidor todas as pessoas, determináveis ou não, expostas às práticas comerciais abusivas. - Não se conhece de matéria levantada em sede de embargos de declaração, fora dos limites da lide (inovação recursal). Recurso especial não conhecido. (476428 SC 2002/0145624-5, Relator: Ministra NANCY ANDRIGHI, Data de Julgamento: 19/04/2005, T3 - TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: DJ 09/05/2005 p. 390. Grifo nosso).

Assim, podemos afirmar que a jurisprudência majoritária entende que as normas consumeristas devem ser aplicadas nos casos de empresas ou profissionais liberais que sejam destinatários finais e que comprovem sua vulnerabilidade em relação ao fornecedor, para que assim, seja alcançado o verdadeiro sentido do CDC, que é buscar o equilíbrio na relação jurídica de consumo firmada entre as partes.

O consumidor também pode ser definido de forma coletiva como prevê o parágrafo único, do artigo 2º, do CDC: “Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo”.

Tal extensão conceitual revela a ampla dimensão do conceito de consumidor e destaca sua natureza de direito difuso e coletivo, permitindo-se à coletividade consumidora, seja um conjunto indeterminado de pessoas, seja um grupo, classe ou categoria determinada, abrigar-se da proteção do CDC, facultando-lhes o exercício dos direitos do consumidor.

Na mesma linha, este Código, além de promover a referida equiparação, prevê a defesa coletiva dos direitos do consumidor, instrumentalizando-a com a ação civil coletiva, o que garante a sua efetividade por meio de execução coletiva e individual.

Também se equiparam aos consumidores as vítimas do fato do produto ou do serviço objeto de uma relação de consumo, ou seja, as vítimas do evento chamado de acidente de consumo. Essa equiparação, que vem expressa no artigo 17, do CDC, autoriza terceiros, isto é, estranhos à relação entre consumidor e fornecedor, a acionar este pela responsabilidade civil pelas perdas e danos decorrentes de defeitos intrínsecos ou extrínsecos do produto ou serviço.

Conforme o artigo 29 do CDC, são também equiparadas ao consumidor as pessoas expostas às práticas comerciais previstas nos Capítulos V e VI, do Título I, desse estatuto legal, as quais compreendem a oferta, a publicidade, as cláusulas gerais dos contratos, as práticas comerciais abusivas, as cobranças de dívidas e os contratos de adesão, bem como os bancos de dados e os cadastros de consumidores. Portanto, os estranhos à relação de consumo podem albergar-se da proteção do estatuto consumerista contra essas práticas comerciais, como se fossem consumidores.

Definida uma das partes da relação jurídica de consumo, necessário será agora compreendermos o conceito de fornecedor, o outro protagonista da relação.

Prevê o artigo 3º, da Lei Federal nº. 8.078/90 (CDC), a conceituação do fornecedor como um dos participantes da relação de consumo:

Artigo 3º. Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

Com vistas a se promover a proteção máxima ao consumidor, o conceito legal de fornecedor é de larga abrangência, podendo ser definido sinteticamente como sendo todo ente que coloca à disposição, no mercado, produtos ou serviços destinados ao consumo.

É fornecedor quem tenha a atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços. (GAMA, 2006, p. 39).

No conceito de fornecedor, a lei trouxe um elenco de diversas atividades econômicas de provisão do mercado de consumo; o legislador adotou critério econômico e objetivo, ou seja, não há subjetividade, sendo relevante apenas, para a configuração do fornecedor, que

este, desenvolvendo atividade civil ou mercantil de forma profissional, disponibilize diretamente ou não, produtos ou serviços no mercado.

A exigência da profissionalidade vem implícita no termo legal “atividade”, sendo assim, para seja caracterizado como fornecedor, este deve praticar atos de comércio ou de indústria de forma continuada e habitual. Destacamos que esses protagonistas que exercem a mercancia de forma irregular, como, por exemplo, os vendedores ambulantes e os camelôs, também podem ser reputados como fornecedores, sujeitando-se à legislação consumerista.

Observamos, ainda, que, no conceito de fornecedor, além de constar a pessoa jurídica privada, são também incluídas as pessoas jurídicas públicas, o que quer dizer que o Poder Público, por meio das empresas públicas, das concessionárias e das permissionárias de serviços públicos (empresas de transporte coletivo, telefonia, radiodifusão, televisão, energia elétrica, fornecimento de água e tratamento de esgoto etc.), se sujeita à disciplina do CDC, na qualidade de fornecedor, quando participar de uma relação de consumo.

Assim, podemos afirmar, sinteticamente, que o Poder Público também será considerado fornecedor quando disponibilizar no mercado de consumo produtos ou serviços que possam ser adquiridos pelo consumidor mediante o pagamento de tarifa ou preço público, pois nessa condição, agem à maneira dos fornecedores particulares, isto é, sem que prevaleça o poder de império do Estado, como por exemplo, ocorre na cobrança e pagamento de impostos.

Por fim, o conceito legal de fornecedor inclui as pessoas físicas que deverão responder aos termos do Código de Defesa do Consumidor quando disponibilizarem direta ou indiretamente no mercado de consumo produtos ou serviços com intuito de obter lucro, de forma profissional e habitual, caracterizando os atos de comércio, como por exemplo, os vendedores de “porta em porta” ou os popularmente conhecidos como “sacoleiros” ou “biscates”.

Conhecendo, então, os conceitos legais, jurisprudenciais e doutrinários de consumidor e fornecedor, podemos tratar de forma mais clara e objetiva do tema proposto.

4. PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR

Ao conceituarmos o consumidor, ficou muito clara a preocupação latente do legislador consumerista com a vulnerabilidade deste em relação ao fornecedor e, tendo em vista que o direito à igualdade e às questões de justiça social estão diretamente vinculados à condição vulnerável e até de exclusão do consumidor, é necessário fazermos uma breve

análise do princípio da vulnerabilidade do consumidor, previsto expressamente no estatuto consumerista.

O Código de Defesa do Consumidor foi criado com a fundamentação de defender e proteger um segmento de pessoas consideradas vulneráveis, ou seja, o consumidor que, antes do surgimento da lei específica, não conseguia proteger efetivamente seus interesses legítimos contra os danos causados pelos fornecedores, tendo em vista a diversidade de condição entre estes.

Sendo assim, prescreve o Código de Defesa do Consumidor:

Artigo 4º. A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo (...)

O reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor é uma das medidas essenciais adotadas pelo estatuto consumerista para efetivação da isonomia garantida na Constituição Federal, sendo o princípio básico mais importante para aplicação dos direitos do consumidor, como bem afirma o Superior Tribunal de Justiça:

4. O ponto de partida do CDC é a afirmação do Princípio da Vulnerabilidade do Consumidor, mecanismo que visa a garantir igualdade formal-material aos sujeitos da relação jurídica de consumo, o que não quer dizer compactuar com exageros que, sem utilidade real, obstem o progresso tecnológico, a circulação dos bens de consumo e a própria lucratividade dos negócios. (586316 MG 2003/0161208-5, Relator: Ministro HERMAN BENJAMIN, Data de Julgamento: 17/04/2007, T2 - SEGUNDA TURMA, Data de Publicação: DJe 19/03/2009).

A vulnerabilidade do consumidor, pessoa física e destinatária final de serviços e produtos, deve ser presumida de forma absoluta, sem que seja necessária prova de sua existência (BENJAMIN, 2010, p. 199).

Quando falamos em consumidor vulnerável significa dizer que este é a parte fraca, mais frágil da relação jurídica de consumo, o que provoca claramente um desequilíbrio, uma desigualdade na relação jurídica e, conseqüentemente, uma afronta ao princípio constitucional da isonomia que busca uma igualdade substancial.

O Código de Defesa do Consumidor, prevendo a vulnerabilidade do consumidor, busca assegurar a igualdade entre as partes da relação de consumo, reconhecendo a sempre

lembrada, *Oração aos Moços*, de Rui Barbosa que, inspirado na lição secular de Aristóteles, retrata o direito a igualdade devendo-se tratar igualmente os iguais e desigualmente os desiguais na medida de suas desigualdades. (BARBOSA, 2013, *online*).

Essa “fraqueza” do consumidor em relação ao fornecedor é real, concreta, e pode ser constatada no aspecto técnico, jurídico ou fático.

Em relação ao primeiro aspecto que podemos classificar como **vulnerabilidade técnica**, o consumidor não possui conhecimentos técnicos, específicos ou suficientes, sobre o bem que está adquirindo ou o serviço que está utilizando, sendo mais facilmente enganado ou ludibriado quanto às características e, até às qualidades daquilo que está consumindo.

A vulnerabilidade técnica está diretamente ligada aos meios de produção, cujo conhecimento é, em regra, monopólio do fornecedor, ou seja, é o fornecedor que escolhe o que, quando e como, produzir um produto ou prestar determinado serviço; nesse caso, o consumidor não tem poder de decisão ou escolha, ficando à mercê daquilo que é colocado à sua disposição no mercado.

Já no segundo aspecto, ou seja, na chamada de **vulnerabilidade jurídica ou científica**, o consumidor é vulnerável por não ter conhecimentos jurídicos específicos como, por exemplo, conhecer o direito contratual ou normas financeiras para debater em pé de igualdade as cláusulas de um contrato de financiamento de veículo, nesse caso.

Por fim, no terceiro e último aspecto, temos a **vulnerabilidade fática ou econômica**, que “é aquela desproporção fática de forças, intelectuais e econômicas, que caracteriza a relação de consumo” (BENJAMIN, 2010, p. 198), isto é, normalmente o fornecedor possui uma maior capacidade econômica que o consumidor e ainda existem aqueles comentários populares, muitas vezes errôneos, que enfatizam a perda de tempo em litigar com uma grande empresa.

Por todo o exposto, podemos concluir que a vulnerabilidade do consumidor é o grande fundamento da proteção consumerista, visto que esta busca garantir a igualdade entre as partes, para que a relação jurídica de consumo seja equilibrada a ponto de satisfazer os anseios da sociedade consumista, sem prejudicar a livre iniciativa econômica, necessária ao desenvolvimento socioeconômico do país.

5. O CONSUMO COMO GARANTIA DO MÍNIMO EXISTENCIAL

O direito do consumidor é um direito humano, visto que não há possibilidade de existência digna do ser humano sem o consumo de produtos e serviços essenciais, como o

consumo de alimentos, utilização dos serviços de fornecimento de água e tratamento de esgoto, bem como a distribuição de energia elétrica e, por que não o próprio direito à moradia que também acaba por resultar em uma relação de consumo.

O consumismo é uma necessidade inerente da natureza humana desde que,

como afirma Colin Campbell, tornou-se “especialmente importante, se não central” para a vida da maioria das pessoas, “o verdadeiro propósito da existência”, E quando “nossa capacidade de ‘querer’, ‘desejar’, ‘ansiar por’ e particularmente de experimentar tais emoções repetidas vezes de fato passou a sustentar a economia” do convívio humano. (BAUMAN, 2088, p. 38-39).

Nos artigos XXII, XXIII e XXV da Declaração Universal dos Direitos Humanos, da ONU (Organização das Nações Unidas), fica evidente a condição de essencialidade e de mínimo existencial do consumo para o ser humano, ao caracterizá-lo como o conjunto de bens indispensáveis ao provimento das necessidades básicas do indivíduo e da família, assegurando que sua existência seja compatível com a dignidade humana e, com um padrão de vida capaz de assegurar saúde e bem-estar, alimentação, vestuário, habitação, cuidados médicos e os serviços sociais indispensáveis.

Artigo XXII. Todo ser humano, como membro da sociedade, tem direito à segurança social, à realização pelo esforço nacional, pela cooperação internacional e de acordo com a organização e recursos de cada Estado, dos direitos econômicos, sociais e culturais indispensáveis à sua dignidade e ao livre desenvolvimento da sua personalidade.

Artigo XXIII. (...). 3. Todo ser humano que trabalha tem direito a uma remuneração justa e satisfatória, que lhe assegure, assim como à sua família, uma existência compatível com a dignidade humana e a que se acrescentarão, se necessário, outros meios de proteção social.

(...)

Artigo XXV. 1. Todo ser humano tem direito a um padrão de vida capaz de assegurar-lhe, e a sua família, saúde e bem-estar, inclusive alimentação, vestuário, habitação, cuidados médicos e os serviços sociais indispensáveis, e direito à segurança em caso de desemprego, doença, invalidez, viuvez, velhice ou outros casos de perda dos meios de subsistência em circunstâncias fora de seu controle.

O direito do consumidor é de suma importância por combater os desequilíbrios nas relações de consumo para aquisição dos produtos e serviços considerados essenciais à condição de existência digna do ser humano, regulamentando principalmente a qualidade, as informações e a eficiência dos bens disponibilizados ao cidadão no mercado, como é o caso,

por exemplo, dos alimentos, que são produtos vinculados diretamente à saúde do consumidor, à desnutrição e às doenças que podem ser causadas ou agravadas pela ingestão de produtos de má qualidade, sem a devida conservação ou ainda, de produtos com informações incorretas ou imprecisas.

Sendo assim, não pode o direito do consumidor ser considerado secundário na ciência jurídica, pois este ramo do Direito lida diretamente com o essencial da vida humana, visando garantir os princípios da dignidade humana e o mínimo existencial, este entendido como “o conjunto de garantias materiais para uma vida condigna”. (SARLET, 2007, p. 103).

Como bem destaca Sarlet (2007, p. 94) ao tratar da evolução da doutrina e da jurisprudência germânica quanto à questão do mínimo existencial, “sem os recursos materiais para uma existência digna, a própria dignidade da pessoa humana ficaria sacrificada”.

No Brasil não há previsão expressa na Constituição Federal ou nas demais leis que garanta o mínimo existencial ao ser humano, então, é a proteção do consumidor, prevista expressamente no artigo 5º, XXVII, da Carta Magna, que fundamenta e reconhece o direito de cada ser humano ao mínimo essencial dos bens materiais, para que possa viver dignamente, principalmente com saúde e segurança.

A defesa do consumidor está diretamente relacionada aos direitos fundamentais, principalmente ao maior deles, que é o direito à vida. O Código de Defesa do Consumidor prevê como direito básico do consumidor, a proteção da sua vida, saúde e segurança (artigo 6º, I), impondo ao fornecedor, em contrapartida, a obrigação de zelar pelo bem maior do ser humano ao dispor no mercado de consumo seus produtos e serviços.

Artigo 6º. São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos; (...)

É evidente que a humanidade não sobrevive mais sem a utilização de certos produtos e serviços considerados essenciais, como a energia elétrica, por exemplo, mas o que ocorre atualmente e, que deve ser preocupante, é que a sociedade está cada vez mais consumista, de forma inconsciente e desequilibrada, adquirindo bens de consumo supérfluos e totalmente desnecessários, motivados apenas por uma “boa” publicidade ou pela ilusão de estar garantindo um reconhecimento na sociedade.

Quando se pensa nas consequências deste cenário, é possível observar uma ampliação nos níveis de consumo de bens duráveis, principalmente dentre aquelas parcelas mais pauperizadas da população. Levantamentos como a Pesquisa de Orçamento Familiar (POF) e a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) revelam claramente como houve um aumento no consumo de eletrodomésticos, eletroeletrônicos, gastos com alimentação (principalmente bens supérfluos), além de um incremento na renda mensal das famílias. (SCIRÉ, 2013, *online*).

A prática desse consumo irracional coloca o consumidor, cada vez mais, exposto aos perigos que os produtos e serviços inadequados podem trazer, como por exemplo o risco de morte ou de uma enfermidade grave ao ingerir um alimento vencido ou ao dirigir um veículo com defeito de fabricação nos freios. Fica claro nessa questão que a norma consumerista vai muito além da proteção de relações jurídicas privadas e individuais que tenham por objeto bens materiais, muito pelo contrário, o Código de Defesa do Consumidor estabelece normas de ordem pública e interesse social, que visam proteger e garantir a vida, a segurança, a saúde e a dignidade de cada ser humano.

As políticas públicas de diminuição de juros para aquecer a economia do país e a facilitação do crédito no atual cenário econômico, aliadas à falta de efetividade das normas de consumo, acabam gerando um consumismo desequilibrado e desnecessário, o que resulta em graves problemas sociais de exclusão e marginalização, como é o caso, por exemplo, do superendividamento, fenômeno crescente identificado pelos órgãos de proteção e defesa do consumidor e evidenciado pelas pesquisas do Banco Central brasileiro.

De acordo com o Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor do Ministério da Justiça brasileiro:

[...] o superendividamento pode ser definido como impossibilidade global do devedor-pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, de pagar todas as suas dívidas atuais e futuras de consumo (excluídas as dívidas com o Fisco, oriundas de delitos e de alimentos) em um tempo razoável com sua capacidade atual de rendas e patrimônio. (CADERNO de Investigações Científicas, 2012, *on line*).

O Banco Central do Brasil divulgou, em 26 de junho de 2012, que a taxa de inadimplência das pessoas físicas e das empresas, que mede o atraso de pagamento superior a noventa dias, subiu, atingindo 6%, o que demonstra o consumo exacerbado de produtos e

serviços, sem a conscientização dos consumidores quanto à real necessidade da aquisição dos bens, do comprometimento de sua renda e da responsabilidade de honrar suas dívidas.

Tendo por objeto toda aquisição de produtos e toda prestação de serviço, incluindo até mesmo a prestação de serviços públicos, o Código de Defesa do Consumidor se presta a tutelar a qualidade de bens e serviços essenciais à vida digna e saudável de todo ser humano, tais como alimentos, medicamentos, serviços de assistência à saúde em geral, fornecimento de água e de energia elétrica, tratamento de esgoto, vestuário, habitação, educação, crédito, seguros, previdência etc.

Desse modo, o Código de Defesa do Consumidor busca evitar graves problemas sociais causados pelo consumo exacerbado, compensando as desigualdades do mercado, ou seja, entre consumidores e fornecedores, regulamentando e equilibrando a relação jurídica de consumo, com o fim maior de garantir a dignidade da existência humana, o que possibilita o acesso justo de todo e qualquer cidadão aos produtos e serviços disponíveis no mercado de consumo, principalmente àqueles considerados essenciais ao mínimo existencial do ser humano.

6. O DIREITO DO CONSUMIDOR E A JUSTIÇA DISTRIBUTIVA

O direito do consumidor, ao contrário do que possa parecer, busca atender rigorosamente ao princípio da igualdade, regulamentando as relações jurídicas de consumo para equilibrá-las, ou seja, para colocar as partes no mesmo nível de capacidade contratual. Como já foi apreciado neste estudo, o consumidor é a parte vulnerável da relação de consumo e assim necessita de uma proteção específica para se igualar de forma técnica, jurídica e econômica em relação ao fornecedor, por isso, as normas consumeristas estabelecem direitos aos consumidores, tratam os desiguais desigualmente, na medida de suas desigualdades.

Como explica Luigi Ferrajoli, ao corresponder aos interesses e à expectativa de todos, dado o seu caráter universal, os direitos fundamentais constituem a base da igualdade jurídica e os direitos patrimoniais a base da desigualdade. Por conseguinte, os direitos fundamentais são a dimensão substancial da democracia, que é prévia à dimensão política ou formal. No Estado democrático de direito, a dimensão substancial, que no Estado moderno compreendia apenas os direitos de liberdade e propriedade, ampliou-se na perspectiva do Estado social, incluindo expectativas vitais como a saúde, a educação e a subsistência. (PASQUALOTTO, 2009, p. 71).

A igualdade econômica e social, como objetivo do direito do consumidor, usa como instrumento a justiça distributiva. A teoria da justiça distributiva procura ser uma resposta às desigualdades ou até as injustiças, que se podem verificar no mundo de hoje, nomeadamente nas sociedades de economia de mercado. A teoria define alguns princípios de justiça que permitem identificar quais os aspectos relevantes que devem servir de base para uma distribuição equitativa de responsabilidades e benefícios.

John Rawls, filósofo político americano, um dos maiores expoentes da teoria de justiça distributiva, afirma que poderíamos entender a justiça, nos indagando sobre quais princípios concordaríamos em uma situação em que todos estão em condição de equidade, pois somente em um nível exato de igualdade seria possível chegar a um consenso dos princípios que regeriam nossa vida. (SANDEL, 2012, p. 177).

Rawls propõe uma experiência mental, na qual, ao nos reunirmos para elaborar um contrato social, definindo então os princípios que regulamentarão nossas vidas, estaríamos em uma posição original de equidade, ou seja, não teríamos conhecimento da classe social, econômica ou profissional da categoria a que pertenceríamos na sociedade, assim, os interesses próprios de cada pessoa não seriam motivação para qualquer decisão.

Imaginemo-nos cobertos por um “véu de ignorância” que temporariamente nos impeça de saber quem realmente somos. Não sabemos a que classe social ou gênero pertencemos e desconhecemos nossa raça ou etnia, nossas opiniões políticas ou crenças religiosas. Tampouco conhecemos nossas vantagens ou desvantagens – se somos saudáveis ou frágeis, se temos alto grau de escolaridade ou se abandonamos a escola, se nascemos em uma família estruturada ou em uma família desestruturada. Se não possuíssemos essas informações, poderíamos realmente fazer uma escolha a partir de uma posição original de equidade. Já que ninguém estaria em uma posição superior de barganha, os princípios escolhidos seriam justos. (SANDEL, 2012, p.178).

Dessa forma, para Rawls, a sociedade optaria por um sistema cooperativo, cujas decisões dele decorrentes distribuiriam, de modo equitativo, os benefícios pelos seus membros, sem beneficiar interesses particulares de alguns grupos, ou seja, reconhecendo a igualdade de oportunidades e como tal proceder a algumas correções na distribuição dos bens.

Esse filósofo americano acredita que desse contrato social hipotético poderiam surgir dois princípios fundamentais que regulamentariam a vida em sociedade: o Princípio da Liberdade Igual e o Princípio da Diferença e da Oportunidade Justa.

O primeiro oferece as mesmas liberdades básicas para todos os cidadãos, como liberdade de expressão e religião. Esse princípio sobrepõe-se a considerações sobre utilidade social e bem-estar geral. O segundo princípio refere-se à equidade social e econômica. Embora não requeira uma distribuição igualitária de renda e de riqueza, ele permite apenas as desigualdades sociais e econômicas que beneficiam os membros menos favorecidos de uma sociedade. (SANDEL, 2012, p.179).

Sendo assim, a concepção de justiça distributiva de Rawls pressupõe que todos os bens sociais primários (liberdades, oportunidades, riqueza, rendimento e as bases sociais da autoestima) devem ser distribuídos de maneira igual, excepcionando uma distribuição desigual de alguns ou de todos os bens, desde que haja um benefício aos menos favorecidos, o que indiretamente proporcionaria o bem geral da sociedade.

Rawls (2008, p. 337-338) entende que “a justa distribuição de bens e serviços depende da existência de instituições políticas e jurídicas adequadas, respeitando-se as peculiaridades de cada sociedade”. Essas instituições devem ser justas, com o fim de garantir as mesmas liberdades de cidadania, a igualdade de oportunidades na educação, na cultura, nas atividades econômicas, na escolha de ocupação, assegurando, por fim, um mínimo social, ou seja, um mínimo existencial do ser humano.

Para implantar essas instituições de fundo, Rawls preconiza que o Estado se divida em quatro setores de atividades, que podem ser desenvolvidas por uma diversidade de órgãos: o setor de alocação, responsável por manter um sistema de preços competitivo e pela correção dos desvios de eficiência; o setor de estabilização, que deve responder pelo pleno emprego e pelo acesso ao crédito; o setor de transferências, que deve proporcionar o mínimo social [mínimo existencial], considerando-se que um sistema competitivo de preços não leva em conta as necessidades e, portanto, não pode ser o único instrumento de distribuição; e o setor de distribuição propriamente dito, cuja função é cuidar de uma tributação justa. (PASQUALOTTO, 2009, p. 72).

Como já foi elucidado neste trabalho, o direito humano fundamental à proteção e defesa do consumidor, está diretamente vinculado à garantia de um mínimo existencial aos cidadãos, buscando, com seus regulamentos atingir à melhor concepção de justiça possível na distribuição dos bens de consumo, assegurando que as pessoas, independentemente da classe econômica, posição social, nível cultural ou até etnia, tenham acesso aos produtos e serviços necessários a uma existência digna do ser humano, como por exemplo, alimentação, saúde, moradia, fornecimento de água e energia elétrica, sendo assim, fica evidente a fundamentação das normas de consumo na teoria de justiça distributiva.

A concepção de justiça distributiva apresenta três aspectos distintos: reequilibra as relações de poder, desenvolve uma concepção welfarista² de justiça contratual e propõe o direito como instrumento de modificação da sociedade e particularmente o direito do consumidor como mecanismo de acesso à cidadania. (MACEDO JÚNIOR, 2007, p. 231).

O Código de Defesa do Consumidor prevê expressamente instrumentos que coadunam com a concepção de justiça distributiva, como a responsabilidade civil objetiva do fornecedor por defeito e vícios dos produtos e serviços, a desconsideração da personalidade jurídica, a vinculação da oferta do fornecedor ao contrato de consumo, a vedação de práticas comerciais abusivas, a proteção contratual, dando um destaque especial ao direito de arrependimento do consumidor, a nulidade de cláusulas contratuais abusivas e, no plano processual, a inversão do ônus da prova em favor do consumidor.

Todas essas regulamentações consumeristas buscam equilibrar a relação de consumo, colocando os consumidores no mesmo nível de igualdade dos fornecedores para garantir a distribuição justa das responsabilidades e dos bens de consumo, necessidade latente para a vida digna do ser humano na sociedade atual consumista.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A efetivação das normas de consumo no Brasil é suma importância para o alcance da justiça no acesso e na distribuição dos bens materiais de consumo, principalmente dos produtos e serviços considerados essenciais, garantindo assim, o mínimo existencial a cada ser humano.

De acordo com os dados divulgados pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), em 2011, o consumo de produtos e serviços pelas famílias brasileiras representou 61% do PIB (Produto Interno Bruto) nacional, comprovando que mais da metade da economia do país depende direta ou indiretamente das relações jurídicas de consumo, o que torna evidente a necessidade da efetividade do direito fundamental do consumidor para que tenhamos uma relação jurídica justa e equilibrada, que possa realmente “sustentar” o desenvolvimento socioeconômico do nosso país.

² Welfarista: “[...] é a concepção de que as únicas coisas de valor intrínseco para o cálculo ético e a avaliação dos estados são as utilidades individuais.” (SEN, Amartya. Sobre ética e economia. São Paulo: Companhia das Letras, 1999. p. 56). Disponível em: <http://verbofilosofico.blogspot.com.br/2012/01/welfarismo.html>. Acesso em: 13 jan. 2013.

O principal desafio da proteção e defesa do consumidor contemporâneo não é tão somente a distribuição correta das obrigações e dos direitos do fornecedor e do consumidor, mas sim a conscientização deste último, quanto à necessidade da aquisição de produtos e serviços, muitas vezes supérfluos, de forma exacerbada, desvirtuando a característica de direito humano e fundamental da proteção consumerista.

Esperamos que com o reconhecimento da importância do direito do consumidor como fator necessário à existência digna do ser humano, ou seja, como direito fundamental essencial ao cumprimento do princípio da dignidade humana, o objetivo da previsão constitucional da defesa do consumidor seja alcançado, trazendo equilíbrio às relações jurídicas de consumo, diminuindo graves problemas sociais como os índices de inadimplência dos brasileiros. Isso porque, conforme nota da Serasa Experien, empresa de proteção ao crédito com o maior banco de dados da América latina, no primeiro semestre de 2012, registrou alta de 19,1% de inadimplência, comparando com os primeiros seis meses de 2011.

De acordo com a empresa Serasa Experien, nos primeiros seis meses de 2012, o consumidor brasileiro estava com sua renda totalmente comprometida com dívidas caras e de vultosos valores, que possuíam juros altíssimos, como o cheque especial, o cartão de crédito e o financiamento de veículos e imóveis. Em média, cada consumidor inadimplente possuía quatro dívidas não honradas e 60% deles tinham compromissos firmados acima de 100% de sua renda.

Uma recente pesquisa divulgada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FEDERAÇÃO, 2012, *online*), revelou que 62,5% das famílias brasileiras estavam endividadas no ano de 2011, o que demonstra que bem mais da metade das famílias do país estão com seu patrimônio em risco, o que acaba por dificultar e até impossibilitar a aquisição dos bens que realmente são necessários para o desenvolvimento saudável e digno da estrutura familiar.

Importante destacarmos que o endividamento causado pelo consumo desequilibrado e, muitas vezes até irracional, traz um grave reflexo negativo na vida social e pessoal do consumidor. Com o inadimplemento de suas obrigações, o consumidor tem seu nome registrado ou “negativado” nos órgãos de proteção ao crédito, como por exemplo, o Serasa e o Serviço Central de Proteção ao Crédito (SCPC), os mais conhecidos popularmente.

A inclusão no rol de devedores causa, aos consumidores, problemas como a negativa de novos créditos para aquisição de bens essenciais à sua sobrevivência e a dificuldade de inclusão no mercado de trabalho, o que torna quase impossível negociar as dívidas e, conseqüentemente, honrá-las. Sendo assim, torna-se um círculo vicioso, em que o consumidor

endividado não consegue renda para quitar suas dívidas e com estas tem seu nome negativado e não consegue emprego.

Essa situação do consumidor superendividado, causa no mínimo, um sério desconforto ao cidadão que não consegue viver de forma digna, abdicando de seu próprio sustento e de suas necessidades básicas, o que na sociedade consumista em que vivemos, acaba sendo sinônimo de exclusão e marginalização social.

Por todo o exposto, podemos concluir que o direito do consumidor é essencial ao desenvolvimento econômico e social digno de qualquer ser humano, e os problemas causados pelos desacertos das relações de consumo trazem uma realidade social muito distante da concepção de justiça distributiva que seria necessária a uma sociedade ideal.

Com o devido reconhecimento da proteção do consumidor como direito humano fundamental para garantia do mínimo existencial e com a efetivação das normas consumeristas, esperamos que o equilíbrio nas relações de consumo seja efetivado, conscientizando as partes envolvidas, consumidor e fornecedor, das consequências de suas ações no mercado de consumo, consequências estas, que afetam suas vidas diretamente e acabam por refletir na sociedade em geral, principalmente nos grupos sociais menos favorecidos e marginalizados.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

BANCO Central do Brasil. Economia e finanças. Indicadores de conjuntura. **Indicadores econômicos**. Disponível em: <http://www.bcb.gov.br/?INDECO>. Acesso em: 10 jul. 2012.

BARBOSA, Rui. **Oração aos moços**. Disponível em: http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/artigos/rui_barbosa/FCRB_RuiBarbosa_Oracao_aos_mocos.pdf. Acesso em: 02 mar. 2013.

BASTOS, Celso Ribeiro. **Curso de direito constitucional**. 11. ed. São Paulo: Saraiva, 1990.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

BENJAMIN, Antônio Herman V. **Comentários ao Código de Proteção do Consumidor**. Coord. de Juarez de Oliveira. São Paulo: Saraiva, 1991.

_____. [et al]. **Manual de direito do consumidor**. 3. ed. atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010.

BETING, Joelmir. Análise do dia. Traduzindo o economês. **Eu consumo; logo, existo.** Disponível em: <http://www.joelmirbeting.com.br/noticias.aspx?IDgNews=2&IdNews=3265>. Acesso em: 15 jul. 2012.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm. Acesso em: 25 jul. 2012.

CADERNO de Investigações Científicas - Volume 1. **Prevenção e Tratamento do Superendividamento**/Escola Nacional de Defesa do Consumidor; elaboração Professora Cláudia Lima Marques e juízas Clarissa Costa de Lima e Káren Bertoncello – Brasília: SDE/DPDC, 2010. Disponível em: <http://portal.mj.gov.br/dpdc/main.asp?Team>. Acesso em: 14 jul. 2012.

CDC - Código de Defesa do Consumidor. **Lei 8.078/90.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm. Acesso em: 10 jul. 2012.

COMPARATO, Fábio Konder. A proteção ao consumidor na Constituição brasileira de 1988. **Revista de Direito Mercantil.** n.º 80. São Paulo, 1990.

FEDERAÇÃO do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (Fecomercio). **Radiografia do Endividamento das Famílias Brasileiras.** Disponível em: http://www.fecomercio.com.br/?option=com_estudos&view=interna&Itemid=19&id=5482. Acesso em: 20 jul. 2012.

FUNDAÇÃO de Proteção e Defesa do Consumidor do Estado de São Paulo. Imprensa/Publicações. **Informativos.** Disponível em: <http://www.procon.sp.gov.br/categoria.asp?id=188>. Acesso em: 19 jul. 2012.

G1. Globo.com. Notícias. Economia. **Seu dinheiro.** Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/seu-dinheiro/noticia/2012/06/taxa-media-de-inadimplencia-bate-recorde-historico-em-maio.html>. Acesso em: 10 jul. 2012.

GAMA, Hélio Zaguetto. **Curso de Direito do Consumidor.** 3. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2006.

GRINOVER, Ada Pellegrini [et al]. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto.** 10. ed. rev., atualiz. e reform. Rio de Janeiro: Forense, 2011, vol. I. Direito Material (arts. 1º a 80 e 105 a 108).

HUMANOS. **Declaração Universal dos Direitos Humanos.** Disponível em: http://portal.mj.gov.br/sedh/ct/legis_intern/ddh_bib_inter_universal.htm. Acesso em 05 fev. 2012.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisas. Resultados de Pesquisas. Contas Nacionais. **PIB, Indicadores.** Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?id_pesquisa=4. Acesso em: 19 jul. 2012.

KELSEN, Hans, 1881-1973. **O problema da justiça**. Tradução de João Baptista Machado. 5. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

KOLM, Serge-Christophe. **Teorias modernas da justiça**. Tradução de Jefferson Luiz Camargo, Luís Carlos Borges. São Paulo: Martins Fontes. 2000.

MACEDO JÚNIOR, Ronaldo Porto. **Contratos relacionais e a defesa do consumidor**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007.

MARQUES, Claudia Lima[et al]. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 3. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010.

NUNES, Luis Antônio Rizzato. **Curso de Direito do Consumidor: com exercícios**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano. **Código de Defesa do Consumidor interpretado** (doutrina e jurisprudência). Vidal Serrano Nunes Júnior, Yolanda Alves Pinto Serrano. 5. ed. São Paulo: Verbatim, 2011.

PASQUALOTTO, Adalberto. Fundamentalidade e efetividade da defesa do consumidor. **Revista Direitos Fundamentais e Justiça**. Programa de pós-graduação, mestrado e doutorado em Direito da PUC/RS. n°. 9. Rio Grande do Sul: HS Editora, 2009.

RAWLS, John. **Uma teoria da justiça**. Tradução de Jussara Simões. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

SANDEL, Michael J. **Justiça – O que é fazer a coisa certa**. Tradução de Heloisa Matias e Maria Alice Máximo. 9 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

SARLET, Ingo Wolfgang. Direitos fundamentais sociais, mínimo existencial e direito privado. **Revista de Direito do Consumidor**. Vol. 61. 2007.

SCIRÉ, Cláudia. **Aumento da renda não vem acompanhado do acesso aos direitos sociais**. Disponível em: <http://www.mobilizadores.org.br/coep/publico/consultarConteudo.aspx?TV>. Acesso em: 15 jan. 2013.

SERASA Experian. Indicadores Econômicos. **Inadimplência do Consumidor**. Disponível em: http://www.serasaexperian.com.br/release/indicadores/inadimplencia_consumidor.htm. Acesso em: 25 jun. 2012.

VEJA. Notícias. **Economia**. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/economia/inadimplencia-do-consumidor-cresce-19-no-1o-semester>. Acesso em: 14 jul. 2012.